

УДК 336.24

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ****Т.Т. Икомасова, А.В. Агапова***Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики"*

**Аннотация:** на сегодняшний день около 80 % всех посылок, поступающих в Российскую Федерацию, содержат товары, приобретенные в рамках Интернет-торговли, что и обуславливает актуальность данной статьи. Проведен анализ тенденций развития рынка Интернет-торговли в России, по результатам которого можно сделать вывод о том, что в России сохраняется устойчивая тенденция к росту импорта в сфере трансграничной Интернет-торговли, а доля товаров, покупаемых гражданами РФ в зарубежных интернет-магазинах, стремительно растет. Рассчитан наиболее выгодный период для покупки различных категорий товаров, пересылаемых в МПО, в зарубежных интернет-магазинах. Выявлены проблемы, которые могут возникнуть у физических лиц в связи с покупкой товаров в зарубежных интернет-магазинах. Выдвинуты новые варианты совершенствования таможенного законодательства в области определения цели ввоза товара на таможенную территорию ЕАЭС.

**Ключевые слова:** беспошлинный ввоз, ввоз товаров на территорию ЕАЭС, вес товаров, интернет-магазин, МПО, стоимость товаров, таможенное законодательство, таможенные пошлины и налоги, трансграничная Интернет-торговля.

**DEVELOPMENT TRENDS OF THE RUSSIAN E-COMMERCE MARKET****T. Ikomasova, A. Agarova**  
*ITMO University*

**Abstract:** today, about 80% of all parcels arriving to the Russian Federation contain goods purchased through e-commerce. That fact makes this article relevant. The analysis of the trends in the development of the online trading market in Russia was carried out. The results of the research work suggest that Russia keeps a steady upward trend in imports in cross-border e-commerce, and the share of goods purchased by Russian citizens in foreign online stores is rapidly growing. The most profitable period for the purchase of various categories of goods sent by international mail in foreign online stores was calculated. Problems that may arise from individuals in connection with the purchase of goods in foreign online stores were identified. New options were put forward to improve the customs legislation in the field of determining the purpose of importing goods into the customs territory of the EEU.

**Key words:** duty-free importation, the importation of goods into the territory of the EEU, the weight of goods, an online store, international mail, the cost of goods, customs legislation, customs duties and taxes, cross-border e-commerce.

В связи с тенденцией к активному росту Интернет-торговли в России, я сочла целесообразным на основе данных Ассоциации компаний Интернет-торговли (АКИТ)[2] наглядно представить различную актуальную информацию, касающуюся объема трансграничной Интернет-торговли, наиболее

часто покупаемых категорий товаров, популярных интернет-магазинов у граждан РФ и так далее.

На располагающемся ниже рисунке 1 представлен объем трансграничной Интернет-торговли в России, направленный на импорт товаров с 2013 по 2017 года.

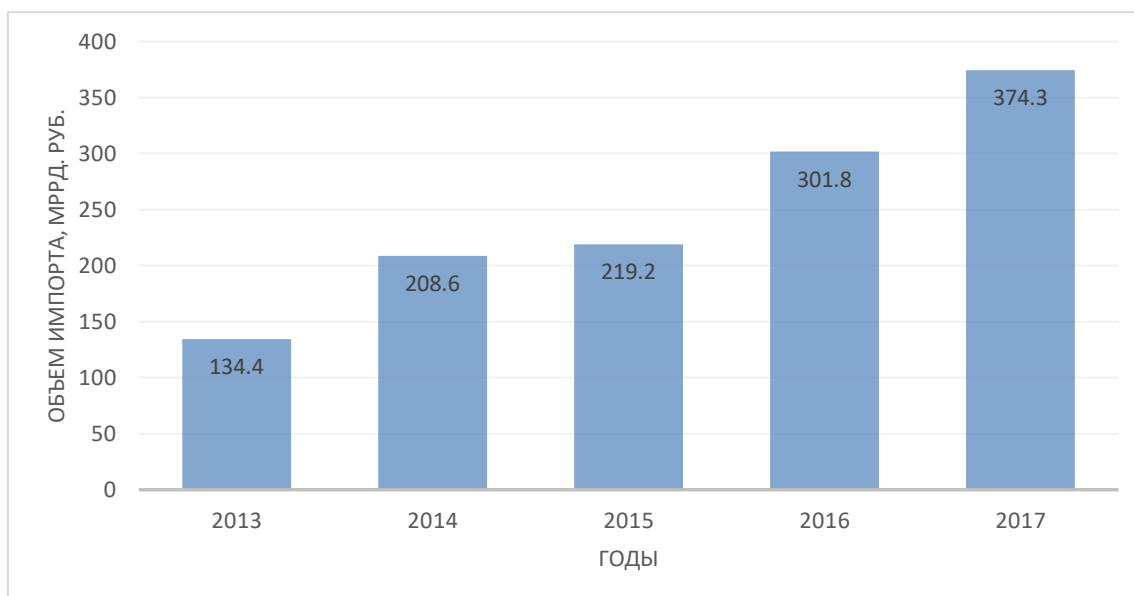


Рисунок 1. Объем трансграничной Интернет-торговли в России (импорт)

Исходя из данных, представленных на вышеуказанном рисунке, можно сделать вывод о том, что в России сохраняется устойчивая тенденция к росту импорта в сфере трансграничной Интернет-торговли. Так, в 2013 году объем импорта в данной сфере составлял

134,4 млрд. рублей, а к 2017 году – 374,3 млрд. рублей, что почти в 3 раза превышает показатель 2013 года.

На рисунке 2, представленном ниже, представлена динамика рынка Интернет-торговли в России в разные периоды времени.

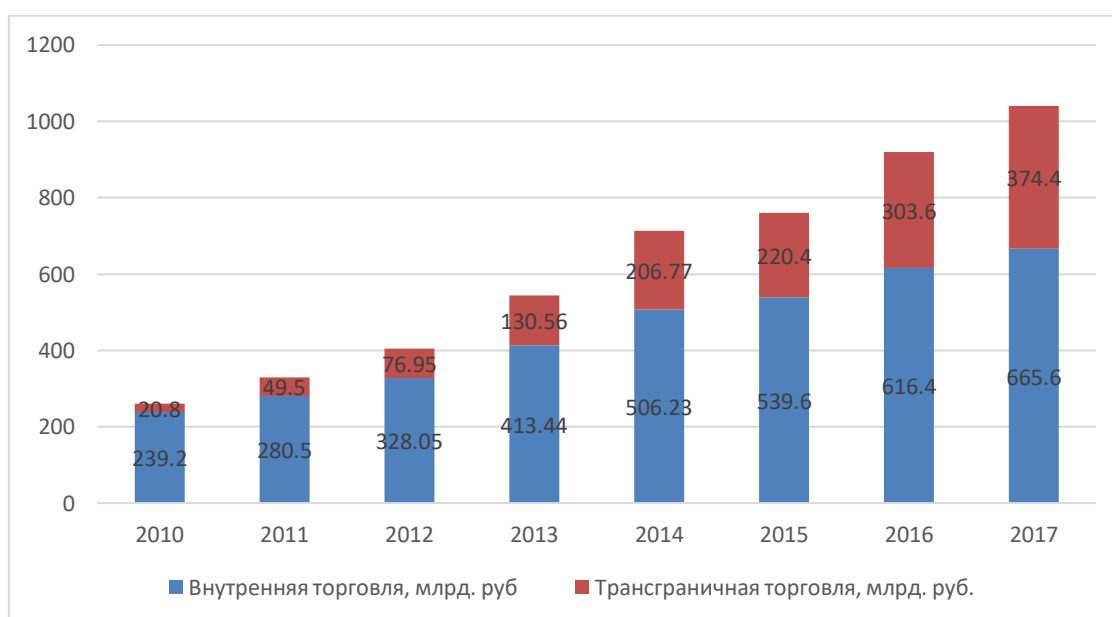


Рисунок 2. Российский рынок Интернет-торговли

Как видно из данного графика, доля товаров, покупаемых гражданами РФ в зарубежных интернет-магазинах, стремительно растет. Так, в 2010 году она составляла всего лишь 8%, а к 2017 году процент зарубежных покупок вырос аж до 36%, что в 4,5 раза превышает показатель 2010 года. Если такая

тенденция сохранится в ближайшем будущем, то зарубежные компании полностью завоюют российский e-commerce.

На рисунке 3 показано распределение совершаемых в интернет-магазинах покупок по товарным категориям.



Рисунок 3. Распределение по товарным категориям на трансграничном рынке

Исходя из данных, представленных на рисунке выше, наибольшая доля покупок в интернет-магазинах приходится на одежду и обувь, наименьшая – на спорттовары.

На рисунке 4, представленном ниже, показано распределение стран, наиболее часто отправляющих посылки в РФ.



Рисунок 4. Распределение посылок по странам

Как показано на данной диаграмме, в 2017 году абсолютное большинство посылок (91%) было заказано гражданами РФ из Китая; крайне малый процент покупок был совершен в интернет-магазинах других государств. Исходя

из данных АКИТ [2], касающихся данных самых популярных интернет-магазинов у граждан России, был составлен рейтинг интересующих нас популярных в России зарубежных интернет-магазинов.

**Аудитория крупнейших зарубежных интернет-магазинов по данным на январь 2017 года**

№	Сайт магазина	Аудитория, млн. чел.
1	Aliexpress.ru	22,194
2	Ebay.ru	5,157
3	Lamoda.ru	4,548
4	Alibaba.com	3,936
5	Bonprix.ru	2,982
6	Leroymerlin.ru	2,723
7	MediaMarkt.ru	2,624
8	Laredoute.ru	2,186
9	Gearbest.com	1,894
10	Yves-rocher.ru	1,771
11	Avon.ru	1,603

Некоторые из представленных выше интернет-магазинов имеют представительства, а, следовательно, и товарные склады в России, однако другая часть магазинов

специализируется на доставке товаров на территорию РФ в МПО.

На Рисунке 5 представлено распределение покупок в зарубежных интернет-магазинах по стоимости товаров.

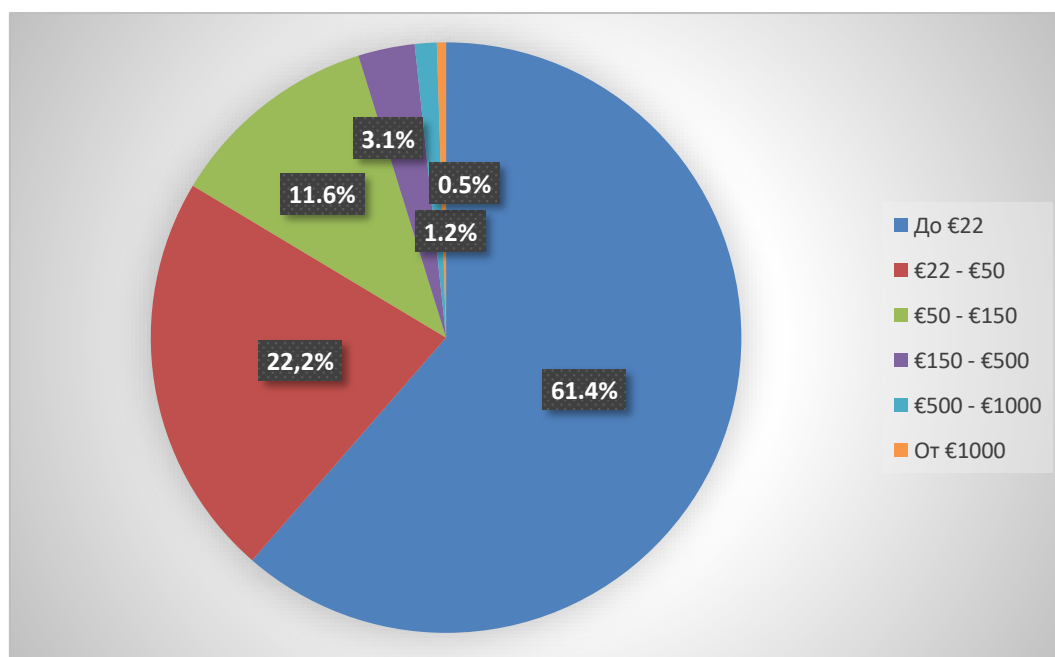


Рисунок 5. Стоимость покупок в зарубежных интернет-магазинах

Итак, статистика показывает, что граждане РФ предпочитают покупку в зарубежных интернет-магазинах сравнительно дешевых товаров стоимостью до 22 евро (на них приходится 64% от всех покупок) дорогим (например, товары стоимостью от 1000 евро покупаются всего в 0,5% случаев). На мой

взгляд, это связано с возможными проблемами, касающихся надежности доставки товаров, а также с максимальной суммой беспошлинно ввозимых в МПО товаров, которая на 2018 год составляла 1000 евро.

В связи с недавним вступлением в силу Решения Совета Евразийской экономической

комиссии от 20.12.2017 № 107 «Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования» уплата таможенных пошлин и налогов, взимаемых при ввозе на таможенную территорию Союза товаров для личного пользования, пересылаемых в МПО, в ближайшие годы будет претерпевать значительные изменения. Из этого следует, что в 2018, 2019 и 2020 годах наиболее выгодный период ввоза товаров в зависимости от их веса и стоимости будет различным. Таким образом,

некоторые физические лица, не ознакомившиеся с правилами и нормами беспошлинного провоза товаров, могут столкнуться с необходимостью уплаты таможенных платежей, то есть – непредвиденных расходов. По итогам исследования рассчитан наиболее выгодный период покупки товаров в интернет-магазинах в связи с изменением таможенного законодательства. Результаты исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Наиболее выгодный период для покупки товаров разных стоимостных и весовых категорий**

№	Стоимость	Вес	Наиболее выгодный период
1	До 200 евро	Более 31 кг	2020 год
2	От 200 до 500 евро	Менее 31 кг	2018 и 2019 года
3		Более 31 кг	2020 год
4	От 500 до 1000 евро	Менее 31 кг	2018 год
5		Более 31 кг	2020 год
6		Менее 31 кг	2018 год
7	От 1000 евро	Более 31 кг	2020 год

Подводя итоги, следует сказать о том, что наиболее выгодный период ввоза товаров, купленных в интернет-магазинах, не может быть единым для различных категорий товаров: в определенные годы выгоднее будет покупать определенные товары. Основным критерием в таких случаях является стоимость или вес товаров.

Однако покупка таких товаров может повлечь некоторые проблемы для физических лиц. Одной из таких проблем является проблема определения размера подлежащих к уплате таможенных пошлин и налогов в отношении товаров, перемещаемых в МПО по причине сложности определения цели ввоза товара на таможенную территорию ЕАЭС. Другими словами, товары для личного пользования могут ввозиться в МПО без уплаты ввозных таможенных пошлин и налогов либо с их уплатой, размер которой установлен Решением Совета Евразийской экономической комиссией №107, которое упоминалось ранее. В то же время в отношении ввозимых в МПО для коммерческих целей товаров таможенные платежи должны уплачиваться в значительно большем объеме. Но доказать цель ввоза покупателю зачастую проблематично; с этим, в

свою очередь, связано большое количество судебных споров, что и будет показано ниже.

Из одной части рассмотренных судебных дел можно увидеть, что физические лица могут скрывать коммерческие цели ввоза товаров в МПО, так как это освобождает их от уплаты таможенных пошлин и налогов. Однако и ввоз товаров в МПО для личного пользования в некоторых случаях может быть ошибочно определен таможенными органами как ввоз товаров в МПО в целях использования с получением коммерческой выгоды. Следовательно, с целью сокращения судебных исков по данному вопросу, подаваемых как частными лицами, так и таможенными органами, таможенное законодательство в сфере определения целей ввоза товаров в МПО на таможенную территорию ЕАЭС требует усовершенствования.

По моему мнению, следует предложить следующие направления совершенствования данного вопроса.

Во-первых, частично решить проблему поможет введение специальной маркировки на упаковках МПО. Например, таможенный орган сразу будет видеть маркировку на упаковке «Для коммерческой деятельности», и это не

оставит сомнений по поводу определения цели ввоза данных товаров в МПО на таможенную территорию ЕАЭС (для этого, в свою очередь, в интернет-магазинах должны предоставляться выгодные скидки для оптовых закупок с целью дальнейшего получения коммерческой выгоды).

Во-вторых, следует обращать внимание не только на наличие статуса индивидуального предпринимателя у покупателя товаров, но и на характер бизнеса. К примеру, индивидуального предпринимателя, работающего таксистом, могут ошибочно принять за покупателя с намерением незаконно ввести лампочки в количестве 100 штук с целью их последующей продажи, хотя на деле эти товары будут нужны ему для обустройства подсветки в летнем саду.

В-третьих, покупателям товаров стоит использовать любые документы и сведения, подтверждающие цель ввоза таких товаров на таможенную территорию ЕАЭС. Если таких документы отсутствуют, то для этих целей можно использовать даже фотографии (покупатель из вышеуказанного примера мог бы предоставить несколько фотографий, сделанных в процессе обустройства сада). Очевидно, что такой метод не даст 100% гарантии достоверности сведений и правильности определения цели ввоза товаров, однако это поможет сократить количество подаваемых в суд исков.

В-четвертых, для решения данной проблемы возможна разработка перечня товаров с указанием их максимального количества, ввоз которых в МПО будет рассматриваться как ввоз товаров для личного пользования. К примеру, ввоз физическим лицом шуб в количестве 3 штук можно отнести к ввозу товаров для личного пользования, однако ввоз таких шуб в количестве 4 штук будет приравниваться к ввозу товаров на таможенную территорию ЕАЭС в коммерческих целях.

Таким образом, в действующем на данный момент таможенном законодательстве ЕАЭС достаточно подробно раскрыты вопросы

определения цели ввоза товаров, перемещаемых в МПО, на таможенную территорию ЕАЭС, тем не менее количество споров по данным вопросам все еще остается довольно значительным. В связи с этим можно сделать вывод о том, что в целях упрощения таможенного декларирования таких товаров и уменьшения подаваемых в суд исков по данным вопросам, таможенное законодательство в этой сфере все еще нуждается в совершенствовании.

#### **Литература:**

1. Дело № 11-9474/2014. Режим доступа: <http://bsa.chel-oblsud.ru/db/GetDoc.php?id=1416095>
2. Исследования рынка интернет торговли России. Результаты 2017 года. Режим доступа: <http://www.akit.ru>
3. Казакова, К.В., Пушилин, Д.В. Перспективы развития Интернет-торговли в России. Научный журнал: Фундаментальные исследования. Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36472>
4. Любимкина, А. С. Таможенное оформление международных почтовых отправлений. Сборник трудов конференции: ФГБОУ ВО «Оренбургский Государственный Университет», 2017. С. 221-224. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30376901>
5. Решение № 2А-2991/2016 2А-2991/2016~М-2793/2016 М-2793/2016 от 26 мая 2016 г. по делу № 2А-2991/2016. Режим доступа: <http://sudact.ru/regular/doc/1w7hYua2noWm/>
6. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 20.12.2017 № 107 «Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования». Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/17sr0107/>
7. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_215315/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/)